

Lección 2: Éxito y fracaso



Fuente: Infociff

Cuando se decide emprender con una idea de negocio, es incierto el futuro que la misma tendrá dentro del mercado teniendo en cuenta que en España se crean una gran cantidad de empresas de las cuales pocas sobreviven. El 61% de los proyectos de las empresas, especialmente las más pequeñas, no logran superar los 5 años.

Uno de los grandes problemas de las empresas comienza desde su nacimiento. A pesar de que la creación de empresas en España posee un ritmo similar al de otros países europeos, una gran cantidad de ellas son muy pequeñas y cierran pronto o no generan empleos adicionales. Uno de los factores por los cuales la supervivencia empresarial es baja, se relaciona con que la mayoría de las empresas pequeñas no cuentan con los recursos humanos y financieros adecuados para crecer y poder alcanzar economías de escala y así, ser más productivas.

El éxito empresarial se ha asociado con beneficios económicos derivados de una actividad específica, y a pesar de que es cierto, no es el único aspecto que deben tener en cuenta las empresas para posicionar una marca. Si bien no existe un método que garantice al emprendedor el éxito de su negocio, si se pueden tener en cuenta algunas claves y herramientas que le permitan evitar o disminuir ciertos

factores de riesgo. La **innovación** es un concepto que muy a menudo se asocia con el emprendimiento y que representa un aspecto clave en el éxito empresarial.

La idea de que la presencia de un departamento de investigación y desarrollo es importante para la empresa siempre ha estado inmersa dentro del mundo empresarial. No obstante, en la actualidad la relevancia es mayor debido al entorno en el que se encuentran las empresas y a investigaciones que demuestran que las empresas más exitosas prestan especial atención a las actividades de innovación.

Las principales actividades que impulsan la innovación son las siguientes:

- ✓ Creación de nuevos productos, servicios y procesos
- ✓ Creación o incursión en nuevos mercados
- ✓ Creación de nuevos productos para abarcar los nuevos mercados
- ✓ Promoción del espíritu pionero

Adicionalmente, existen otros aspectos clave para alcanzar el éxito. Uno de ellos consiste en tener **pasión** por lo que se hace, ya que este es el punto de partida de cualquier proyecto empresarial. Si no hay pasión lo más probable es que no haya éxito. La pasión en el caso empresarial puede ser definida como un conjunto de elementos como el placer, el gusto, satisfacción personal y el saber que lo que se está haciendo llena las expectativas. Consecuentemente, si existe pasión, existirá también entonces el **trabajo duro**, la disciplina y dedicación necesarias para consolidar el proyecto a través de actividades diarias. Además, estas características influyen en el cumplimiento de los objetivos propuestos.

Las características anteriores hacen el papel de antesala a un producto o servicio que se distinga por su calidad y **excelencia**, no siendo suficiente imitar lo que ya esté hecho. Lo ideal es crear interés y a partir de allí **focalizar el producto**, es decir, centrar la mirada en los nichos de consumidores de interés. A partir de la focalización del producto, el emprendedor debe **conocer el mercado** o tener conocimiento del campo comercial en el que pretende desenvolverse, esto implica obtener la información necesaria sobre precios, competidores y ciclos de producción.

A pesar de los obstáculos que se presentaran en el camino, la **perseverancia** debe ser un foco clave en el emprendimiento. Se deben saber sobrellevar los obstáculos a lo largo del camino para lograr un posicionamiento.



Opuesto al éxito que un emprendedor puede tener con sus ideas creativas, existe también el **fracaso** en situaciones en las que incluso el empresario siga teniendo las mismas ganas de salir adelante. A pesar de la voluntad del empresario, se presentan muchos errores habituales que llevan finalmente al fracaso de la empresa, entre ellos se encuentran:

La falta de experiencia en el sector: dados los continuos cambios que se presentan en los negocios, es necesario que antes de emprender se tenga la certeza de que el mercado en el que se encuentra la propuesta será el adecuado y que lo que se propone será demandado por el público, además es propio determinar cuál es la competencia por enfrentar y la capacidad para hacerlo.

Una mala ubicación: la localización para una empresa física resulta ser fundamental en el desempeño de la misma. Si no se encuentra bien ubicado, no se

conseguirán clientes y mucho menos se podrá convencerlos de visitar el local. Por ello, antes de alquilar o comprar un local, es importante realizar un estudio de la cantidad de gente que transita diariamente por el lugar y cuáles son sus características. Se debe procurar por ubicarse en una zona comercial con buena afluencia.

Falta de un plan de negocios: existen varios factores fundamentales para el proyecto, entre ellos se encuentran la necesidad de conocer datos clave sobre el mismo y el sector. Para ello, es necesario estudiar el mercado, analizar la política de precios, costos, la rentabilidad, inversión necesaria y el financiamiento. El plan de negocios permitirá entender cada uno de estos puntos y evitar errores, de la misma manera que realizar proyecciones, conseguir capital y préstamos.

Perder demasiado tiempo en elaborar el producto y la estrategia: a pesar de que se debe destinar tiempo para el producto y la estrategia, ningún producto ni ninguna estrategia será perfecta. En este sentido, resulta más favorable tomar una decisión analizada, cometer errores y corregirlos. Si bien la incursión en el mercado se debe hacer con un buen plan y estrategia, el proceso no debe ser demorado ya que alguien más podría implementar esa idea.

Iniciar sin el suficiente capital: el emprendedor, por lo general calcula su necesidad de financiación por encima de la inversión inicial y confiando en el éxito del negocio piensan en autofinanciarse desde el inicio. No obstante, es común que el negocio tarde meses o años en generar fondos suficientes para autofinanciarse. En este aspecto, un capital demasiado pequeño podría llegar a condenar un buen proyecto al poco tiempo de su comienzo.

No tener mercado: en muchos casos se pretende hallar un mercado sin competidores, lo que podría llevar al emprendedor a no tener los clientes necesarios para comercializar su producto o servicio, por ende, es importante identificar los consumidores potenciales y tener claro que la demanda exista y sea suficiente para su oferta.

Crecimiento excesivo: es fundamental el desarrollo de un plan estratégico que le permita a la empresa generar un crecimiento sostenido, y no un crecimiento explosivo que pueda llevar a la empresa a quebrar gracias a su propio éxito y a problemas financieros.

No poner al cliente en primer lugar: se debe tener siempre claro que el cliente es el actor más importante en la empresa, se debe escucharlo y poner sus requerimientos en el primer lugar, el cliente es la razón del negocio.

Falta de compromiso: el emprendimiento requiere de mucho trabajo, esfuerzo, decisiones difíciles y sacrificios. Por ende, si no se cuenta con el compromiso suficiente para llevar la empresa al éxito, es muy probable que se fracase antes de lo esperado.

Abandonar demasiado rápido: emprender requiere de la paciencia y perseverancia suficientes para mantenerse firme en la idea y sacarla adelante incluso en momentos de agobio. Es necesario entender que los beneficios no se reflejan en el corto plazo.

En este último punto, se debe tener claro que, aunque es oportuno esperar un tiempo prudente para el cierre de la empresa, existen casos en los que es necesario tomar la difícil decisión:

1. Cuando existen vacíos en la caja que no se solucionan
2. Cuando el EBITDA no se vuelve positivo
3. Cuando se enfrentan plazos de decisión de compra cada vez más amplios
4. Cuando se hace necesario lanzar constantemente nuevas versiones del producto
5. Cuando se depende en exceso de subvenciones y ayudas

El cierre de una empresa es un momento de gran dificultad para el emprendedor, por ello, siempre se debe analizar una variedad de factores con el fin de determinar qué será lo mejor para el futuro del negocio y del emprendedor.

Referencias:

- Entrepreneur. (s.f.). Entrepreneur. Recuperado el 19 de septiembre de 2018, de <https://www.entrepreneur.com/article/266759>
- Fundación BBVA. (2016). Crecimiento económico y tejido empresarial en España. Recuperado el 19 de septiembre de 2018
- Galán, R. (2018). Emprendedores. Recuperado el 19 de septiembre de 2018, de <http://www.emprendedores.es/gestion/cuando-cerrar-empresa>
- López Rodríguez, N. (1999). Dialnet Unirioja. Recuperado el 19 de septiembre de 2018, de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/565208.pdf>
- OBS Business School. (s.f.). OBS Business School. Recuperado el 19 de septiembre de 2018, de <https://www.obs-edu.com/int/blog-project-management/herramientas-esenciales-de-un-project-manager/cuales-son-las-claves-del-exito-empresarial>